

РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
Том 18 • Номер 9 • май 2017
ISSN 1994-6937
Russian Journal of Entrepreneurship

издательство
Креативная экономика

Развитие женского предпринимательства в Азербайджане

Самедова Э.Р. [1]

[1] Азербайджанский государственный экономический университет, Баку, Азербайджан

АННОТАЦИЯ:

В статье рассмотрены женский и мужской стиль ведения бизнеса, отмечено, что женская модель ведения бизнеса отличается склонностью к сглаживанию конфликтов, умением видеть все детали сразу и совмещать несколько видов деятельности. Здесь раскрыта гендерная мотивация женщин к ведению предпринимательского бизнеса. Дается оценка современного состояния женского предпринимательства и показаны пути устранения барьеров, препятствующих развитию женского предпринимательства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: женское предпринимательство, гендерная мотивация, стимулирование, бизнес-инкубаторы.

Development of female entrepreneurship in Azerbaijan

Samedova E.R. [1]

[1] Azerbaijan State University of Economics

Введение

В современной экономике доля женского предпринимательства является динамичной частью малого и среднего предпринимательства. Согласно статистике, более 25 процентов новых бизнес-структур во всем мире создаются женщинами. Четверть всех фирм во Франции и Великобритании, третью часть всех фирм Германии возглавляют женщины. В Японии этот показатель составляет 23 %, в США – 38 %. [1, с. 72] Увеличение экономических инициатив женщин в Азербайджане, их представительство в широком диапазоне социально-экономического развития малых и средних предприятий, а также с точки зрения занятости является очень важным. Но, к сожалению, до сих пор не достигнуто желаемого уровня развития женского предпринимательства. По данным Госкомстата, 50,2 процента численности населения страны в 2015 году составляли женщины. Общее число экономически активного населения в стране (49153 тысяч человек), а число женщин – 2404,5 тысяч людей. Согласно официальной статистике, 58,8 процента по видам экономической деятельности составляют мужчины, и 41,2 процента – женщины. Женщины представлены в обла-

сти образования, здравоохранения и искусства. В сфере образования – 71,4% женщин, в области здравоохранения – 76,6%, в области социальных услуг, отдыха, развлечений и искусства – 63,6% женщин [1].

Как известно, физиологическое различие мужчин и женщин обусловливает их специфическую мотивацию к осуществлению активной деятельности в различных сферах жизни и человеческих отношений, в том числе и в предпринимательстве.

Существуют различные области практической деятельности, где женщины преуспевают в большей степени, добиваются более значимых успехов. Например, «мужественный» бизнес больше, чем «женственный», основывается на стереотипах борьбы до победного конца, решительности, умении рисковать, настойчивости, «железной» логике, обязательности, черствости, пренебрежении личными потребительскими интересами в пользу предпринимательских. Напротив, «женственный» бизнес – более эмоционален, коммуникативен, он отличается склонностью к сотрудничеству, обсуждению проблем, аккуратностью, сдержанностью и тактом. Обычно в «женственном» бизнесе больше представлено альтруистическое начало, в «мужественном» бизнесе – эгоистическое начало. Специальные исследования позволяют сделать вывод о существовании «мужественного» и «женственного» стилей ведения предпринимательского бизнеса [2, с. 76–87]. В основе всех стилевых различий лежат именно гендерные особенности.

Исследователи из Йельского университета провели исследование, в результате которого пришли к выводу, что мозг мужчины и мозг женщины функционирует по-разному. Например, было обнаружено, что у женщин при выполнении неко-

ABSTRACT:
The article considers female and male business style. We note that the female model of doing business differs in its propensity to smooth conflicts, in the ability to see all the details at once and to combine several types of activities. We reveal the gender motivation of women to business. We assess the current state of female entrepreneurship and show the ways to eliminate the barrier that impedes the development of female entrepreneurship.

KEYWORDS: female entrepreneurship, gender motivation, stimulation, business incubators.

Received: 05.03.2017 / Published: 16.05.2017

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Samedova E.R. (elnara.samedova@rambler.ru)

CITATION:
Samedova E.R. (2017) Razvitie zhenskogo predprinimatelstva v Azerbaydzhane [Development of female entrepreneurship in Azerbaijan]. Rossiyskoe predprinimatelstvo, 18(9), 1491-1496.
doi: 10.18334/rp.18.9.37832

торых интеллектуальных операций активизируются оба полушария мозга, тогда как у мужчин только одно левое полушарие мозга. Кроме того, функциональная связь между полушариями у женщин проявляется активнее, чем у мужчин, что не только делает речь женщин более беглой, но и повышает интегративные возможности мозга. Мозг среднестатистического мужчины организован таким образом, что возможна концентрация внимания только на одном виде деятельности в данный момент времени. Поэтому мужчины часто становятся узкими специалистами высокого уровня. Мозг женщин же приспособлен к одновременному управлению несколькими делами [3, с. 120–121].

Женщины обладают более широким, чем мужчины, панорамным видением, тогда как мужчинам свойственно суженное видение. Это способствует тому, что женщины становятся более внимательными при наблюдении за объектами. Это проявляется в умении замечать детали мимики, движений, одежды партнера, а также в тактическом мышлении. У мужчин – в стратегическом мышлении, то есть в ориентации на более глобальные цели. Кроме того, женский мозг ориентирован на процесс, а мужской – на конечный результат [4].

Оценка развития бизнеса в Азербайджане показывает, что за период последних лет женщины вносят большой вклад в сферу предпринимательства в нашей стране. Однако стоит отметить, что личностные качества каждого предпринимателя играют большую роль, нежели его принадлежность к тому или иному полу.

Способности и приобретенные навыки, наряду с образованием, правильным воспитанием и определенным жизненным опытом, являются критическими факторами для становления личности каждого человека. Исследование значимости женщин за рубежом показали, что развитие данного направления идет в обширных масштабах. Стоит отметить, что для развития женского предпринимательства в Азербайджане имеются все условия.

2015-ый год стал отправной точной для последующего расширения в данной сфере. «Несмотря на тенденцию развития женского предпринимательства в Азербайджане, «бизнес-леди» все еще нуждаются в поддержке», – такими были основные посылы еще два года назад.

В том же году были проведены исследования со стороны Всемирного банка, отразившие вклад женщин в развитие сферы предпринимательства в нашей стране, кото-

ОБ АВТОРЕ:

Самедова Эльнара Робертовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Управление бизнесом» (elnara.samedova@rambler.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Самедова Э.Р. Развитие женского предпринимательства в Азербайджане // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 9. – С. 1491-1496. – doi: 10.18334/rp.18.9.37832

рые, в свою очередь, и были отмечены представителем упомянутого учреждения – Ларисой Лещенко. Она также отметила то, как хорошо проявляют себя женщины в растущей сфере услуг, в то время как доля сельского хозяйства показывала существенное ослабление.

Было также отмечено, что соотношение мужчин- и женщин-предпринимателей было 5:1. Основными причинами этого – боязнь и неготовность к данному шагу, а также недостаточная просвещенность как о перспективах в данной области, так и о проблемах ее развития.

Основываясь на данных со стороны Фонда развития предпринимательства в Азербайджане, всего 19% индивидуальных предпринимателей приходилось на женскую половину населения. Что еще более интересно, 35% из них приходится на Баку, когда в районах эта цифра не превышает 4%.

Стоит подчеркнуть, что женщины составляют около половины населения Азербайджана. Учитывая данный факт не сложно понять, что большее количество занятых в сфере предпринимательства людей, а в нашем случае именно женщин, может привести к огромному толчку для развития экономики страны.

В пользу развития данного сектора могли бы сыграть агентства по предоставлению консалтинговых услуг в вопросе открытия собственного дела, а также различные преференции, которые инспирировали бы начать предпринимательскую деятельность.

Основными направлениями, которыми заняты женщины-предприниматели Азербайджана – это кулинария, салоны красоты, а также пошив и продажа одежды, что показывает их неготовность заниматься более крупным делом.

Гендерная мотивация женщин к ведению предпринимательского бизнеса состоит в желании добиться равноправия с мужчинами в бизнесе. Данная мотивация побуждает женщин к инициированию своей карьеры в бизнесе, они пытаются доказать себе и своему окружению, что они ничем не хуже предпринимателей-мужчин, а иногда даже имеют лучшую предпринимательскую хватку, чем мужчины.

Заключение

Таким образом, мы пришли к выводу, что в деловой сфере мужчины и женщины существенно отличаются друг от друга. Каждая модель общения имеет свои положительные и отрицательные стороны. Но женская деятельность отличается склонностью к урегулированию конфликтов, умением видеть все детали и совмещать несколько видов деятельности.

На сегодняшний день существуют определенные барьеры, препятствующие развитию женщин в качестве предпринимателей:

– нехватка знаний и опыта ведения бизнеса;

– отсутствие возможности все время посвящать бизнесу, так как женщина-предприниматель вынуждена совмещать руководство своим бизнесом с функциями вос-

питания детей и ведения домашнего хозяйства, что может косвенно влиять на его успешность;

– сложившиеся в обществе гендерные стереотипы, препятствующие восприятию ее как бизнес-партнера;

– сложившиеся в обществе религиозные стереотипы, негативно влияющие на ее бизнес-деятельность;

– низкий статус женщин в политике, в государственных учреждениях и связанные с этим ограниченные возможности.

Очевидно, что женщинам-предпринимателям нужна государственная поддержка. При этом поддержка должна быть направлена не на саму компанию, а напрямую на женщину-предпринимателя. Ведь в первую очередь женщинам нужна именно возможность поверить в себя, увидеть положительные примеры других успешных женщин-предпринимателей.

Для женщин, работающих в области предпринимательства, законодательство не предусматривает каких-либо ограничений, так же как и специальных скидок и привилегий. Но государство предусматривает в ближайшей перспективе принять меры, которые необходимы для развития женского предпринимательства, такие как стимулирование кредитования для женщин-предпринимателей, разработка механизмов льготного налогообложения и т.д. Эти механизмы значительно увеличат возможность реализации экономических инициатив женщин. Предусматривается создание бизнес-инкубаторов для поддержки женского предпринимательства. Создание и развитие инкубаторов для поддержки инициативы женского предпринимательства будет иметь важное значение с точки зрения создания новых бизнес-возможностей и возможностей трудоустройства, привлечения инвестиций в женское предпринимательство.

В заключение хотелось бы процитировать слова Зейналабдина Тагиева, азербайджанского нефтяного магната начала XX века: «Давая образование одному мальчику, вы получаете одного образованного человека, а давая образование одной девочке, вы приобретаете образованную семью». Взяв за основу его слова, можно сказать, что женщины являются неотъемлемой частью становления нации, которая и является составляющей частью каждого государства и, соответственно, его развития во всех сферах и направлениях. Правильное понимание и поддержание данного вопроса может существенно сыграть на дальнейшем развитии экономики страны.

ИСТОЧНИКИ:

1. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
2. Сайт Республики Азербайджан [Электронный ресурс]. – URL: http://www.stat.gov.az/.

3. Бардиер Г.Л. Бизнес-психология. – М.: Генезис, 2002. – 412 с. – С. 76-87.
4. Основы бизнеса: Учебник. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2005.
5. Пиз А., Пиз Б. Язык взаимоотношений: мужчина–женщина. – М.: ЭКСМО-Пресс: ЭКСМО-Маркет, 2000.

REFERENCES:

Osnovy biznesa [The basics of business] (2005). Moscow: Market DS Korporeyshn. (in Russian).
Piz A., Piz B. (2000). Yazyk vzaimootnosheniy: muzhchina-zhenschina [Language of relationship: male-female]. Moscow: EKSMO-Press: EKSMO-Market. (in Russian).